



## Reale Umsätze durch Künstliche Intelligenz

Künstliche Intelligenz (kurz „KI“ oder „AI“) ist kein neuartiges Phänomen. Bereits vor 60 Jahren wurden die ersten Versuche mit Künstlicher Intelligenz unternommen und die ersten Programme geschrieben. Seitdem entwickelten sich die Paradigmen, Algorithmen und Methoden stetig weiter, beflügelt von dem allgemeinen Technologieboom. Vor allem die Wiederentdeckung der Neuronalen-Netze, die unglaubliche Menge und Qualität an Trainings-Daten (Bilder, Texte, Videos, ...) sowie die immense verfügbare Rechenleistung treiben die Entwicklung der KI weiter voran.

Der Begriff „Künstliche Intelligenz“ wird dabei für mehrere Aspekte der maschinellen Datenverarbeitung verwendet:

- Regelbasierte Systeme
- Big-Data-Systeme
- Lernende Systeme
- NLP-Systeme (Natural Language Processing)

All diese Arten von Systemen können auf verschiedene Art und Weisen eingesetzt werden, es ist jedoch von enormer Wichtigkeit, dass ihr Einsatz nicht ungeplant und zufällig passiert.

Der Hype, der die Entwicklung von KI in den letzten Jahren voran getrieben hat, ist leider auch für ein Phänomen verantwortlich, welches sich in einem Paradoxon widerspiegelt: Viele Unternehmen versuchen, mit möglichst wenig Aufwand und leider auch wenig Planung Quick-Wins aus dem Einsatz von KI zu ziehen.

## Gezielter Einsatz von Künstlicher Intelligenz

Leider scheitern solche Schnellschüsse oft daran, dass Zielsetzung und Erwartung an die Ergebnisse der Implementierung entweder unklar oder unrealistisch sind. So versinken viele der Ansätze über kurz oder lang in der Bedeutungslosigkeit.

Was also muss man tun, um die Möglichkeiten der KI gezielt und erfolgreich als Umsatzbringer einsetzen zu können?

Zum einen muss man der KI etwas ihres Zaubers entziehen: KI ist nicht per-se ein Allheilbringer. Sie stellt zwar eine enorme Bandbreite an Einsatzmöglichkeiten zur Verfügung, doch eben diese Vielfalt macht es notwendig, den für das eigene Unternehmen passendsten Einsatzzweck zu ermitteln. Entscheidend ist dabei die Formulierung klarer Ziele und Erwartungen, die anschließend im Rahmen einer KI-Strategie Umsetzung finden.

Zum anderen muss man Nachsicht zeigen und bereit sein, den eingeschlagenen Weg neuen Erkenntnissen und Erfahrungen anzupassen. Betrachten Sie KI als einen neuen Mitarbeiter, der viel Potenzial für die Zukunft bietet, sich jedoch erst im Unternehmensumfeld und seinem neuen Aufgabengebiet einfinden muss, um effizient zu sein. Von neuen Mitarbeiter:innen am ersten Tag 100% Produktivität zu erwarten ist unrealistisch – ebenso gilt es für die KI, welche sich nach und nach beweisen und etablieren muss. Dann wird sie neue Ideen, Ansätze und Chancen ins Unternehmen bringen.

Computer exzellieren normalerweise bei Aufgaben, welche möglichst gut strukturierte Daten anhand von klaren, deterministischen Regeln verarbeiten. Solche Aufgaben können zu 100% ohne weiteres manuelles Eingreifen von der KI übernommen werden. Der menschliche Faktor würde hier eher kontraproduktiv fungieren, da er die hohe Effizienz zunichtemacht. Solche Ansätze bieten eine enorme Performance (gemessen an Entscheidungen / Operationen pro Zeiteinheit), jedoch naturgemäß auch den kleinsten Raum für Verbesserungen und Wertsteigerungen oder neue Erkenntnisse.

Dementgegen stehen Aufgaben, bei denen anhand von erfahrungsbasierten Abwägungen und einer komplexen, heterogenen Datenstruktur, wichtige Entscheidungen getroffen werden. Hier kann die KI beratend zur Seite stehen, kann Empfehlungen aussprechen und deren Erfolg durch Datenanalysen messen oder sie verfeinern.

Was wir also suchen, ist die ideale Kombination von menschlichen Entscheider:innen und maschinellen Unterstützern. Und es ist ebendiese Mischung, die den Unterschied zwischen einer isolierten Lösung und einer KI-basierten Strategie ausmacht.

## Aber wie kann ich jetzt den Umsatz steigern?

Hier einige Beispiele, bei denen KI heute schon Sales-Prozesse unterstützt oder verbessert:

### Texte verstehen mit KI (Sentiment Analyse)

Automatische und präzise Erfassung von Inhalten aus E-Mails und ebenfalls automatisches und zeitnahes Reagieren auf Fragen oder Beschwerden

### Preiskalkulation

Welche Rabatte und spezielle Konditionen basieren heute nicht auf „Handlungsspielraum“ und „Bauchgefühl“ von Verkäufer:innen? Ein intelligenter Algorithmus analysiert den optimalen Preis.

### Cross- und Upselling

Ermittlung: Wann lohnt es sich, ein Zusatzprodukt anzubieten und wann ist ein Upgrade auf ein höherwertiges Produkt der richtige Kaufanreiz?

### Lead Scoring

Neue Leads zu generieren, ist nicht schwierig. Aus der Masse die Interessenten herauszufiltern, bei denen die größte Verkaufsaussicht besteht, ist dagegen eine schwierigere Aufgabe.

### Personalisierung

Es geht um mehr als das Versenden personalisierter E-Mails. Es geht darum, genau in dem Moment mit Kund:innen in Kontakt zu treten, in dem sie nach einem Produkt oder einer Dienstleistung suchen.

### Conversational Marketing

Das Ziel ist es, ein besseres Kund:innenleben zu schaffen. Dazu wird ein fortlaufender Dialog geschaffen, um schneller zu den Anliegen vorzudringen.

### Customer Lifetime Value (CLV) Prognosen

Der CLV oder Kund:innenwert ist ein bekanntes Konzept aus der Marketingsteuerung. Er umfasst die Bewertung nach Profitabilität und offenen Potentialen. Dafür entwickelt KI die Prognosen.

### Kündigungsprävention

Kündigungen frühzeitig zu erkennen, ist insbesondere für vertrags- und abonnementbasierte Geschäftsmodelle von hoher Bedeutung.

### Kaufverhalten bei Marketingkampagnen

Firmen investieren viel Zeit, Kampagnen über Regelwerke zu verbessern. Das geht aber nur bis zu einem gewissen Grad. KI gibt den weiteren Schub.

### Kund:innensegmentierung für Marketingzielgruppen

Spezielle Kund:innensegmentierungen werden durch Cluster-Algorithmen dargestellt.

Haben Sie Fragen oder planen Sie ein Projekt mit Künstlicher Intelligenz, bei dem Ihnen noch die entscheidende Expertise fehlt?

Kontaktieren Sie mich gerne direkt.



**Ingo Schmall**

CBDO

BAYOONET Group

[ingo.schmall@bayoo.net](mailto:ingo.schmall@bayoo.net)

